

**PENGARUH SALES SKILL PADA KINERJA TENAGA PENJUALAN
YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN KONSUMEN
(Studi pada perilaku konsumen kosmetik Oriflame di Surakarta)**



SKRIPSI

Disusun untuk Melengkapi Tugas-Tugas dan Memenuhi Persyaratan Guna
Meraih Gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan
Bisnis UNS Surakarta

Disusun oleh:

ARSISKA PUTRI MURSINTANINGSIH

F1214013

FAKULTAS EKONOMI DAN BISNIS
UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA
2016

ABSTRAK

PENGARUH SALES SKILL PADA KINERJA TENAGA PENJUALAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN KONSUMEN (Studi pada perilaku konsumen kosmetik Oriflame di Surakarta)

Oleh

Arsiska Putri Mursintaningsih

NIM. F1214013

Penelitian ini bertujuan untuk menguji pengaruh *interpersonal skill*, *salesmanship skill*, *technical sales skill*, dan *marketing skill* terhadap kinerja tenaga penjualan melalui kepercayaan konsumen sebagai variabel mediasi. Secara spesifik studi ini membatasi studi pada pembelian kosmetik Oriflame di Surakarta

Data pada penelitian ini dikumpulkan melalui kuesioner yang diberikan kepada responden. Sampel terdiri dari 200 responden dengan teknik pengambilan sampelnya adalah *convenience sampling*. Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan *Structural Equation Model* (SEM) dengan bantuan perangkat lunak Amos versi 18.0.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa kepercayaan konsumen memediasi hubungan antara *interpersonal skill*, *salesmanship skill*, *technical skill*, dan *marketing skill* terhadap kinerja tenaga penjualan. Studi ini memiliki keterbatasan yang meliputi objek yang diteliti hanya difokuskan pada konsumen di salah satu perusahaan kosmetik yang ada di Surakarta yakni perusahaan kosmetik Oriflame. Hal ini dapat membatasi generalisasi dari temuan penelitian. Sehingga pada penelitian selanjutnya diharapkan mengeliminasi keterbatasan pada penelitian ini.

Kata Kunci : *Interpersonal skill*, *salesmanship skill*, *technical sales skill*, *marketing skill*, kepercayaan konsumen, kinerja tenaga penjualan

**THE EFFECT OF SALES SKILLS ON THE PERFORMANCE OF THE SALES
FORCE IS MEDIATED BY CONSUMER CONFIDENCE
(Study on consumer behavior Oriflame Cosmetics in Surakarta)**

Arsiska Putri Mursintaningsih
NIM. F1214013

This research aims to examine influence of interpersonal skill, salesmanship skill, technical sales skills and marketing skills to the performance of the energy sales through consumer confidence as the mediation variable. *More specificcally, this research conducted on purchase of Oriflame Cosmetics in Surakarta*

Data on this research collected through the questionnaire given to the respondents. The sample consists of 200 respondents *respondents who recruited that was taken by convenience sampling technique. This study used Structural Equation Model through AMOS 18.0 for hypothesis testing, to accomodate the relationship among of variabel.*

The results of the study shows that consumer confidence to mediate the relationship between interpersonal skill, salesmanship skill, technical skills and marketing skills to the performance of the sales force. These studies have limitations that covers the object is examined only focused on consumers in one of cosmetic companies in Surakarta the company Oriflame Cosmetics. This can restrict generalisations from the findings. So on further research is expected to eliminate the limitations on this research.

Key Words : interpersonal skills, salesmanship skill, technical sales skills,
marketing skills, consumer confidence, sales force performance

HALAMAN PERSETUJUAN

Skripsi dengan judul:

PENGARUH SALES SKILL PADA KINERJA TENAGA PENJUALAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN KONSUMEN

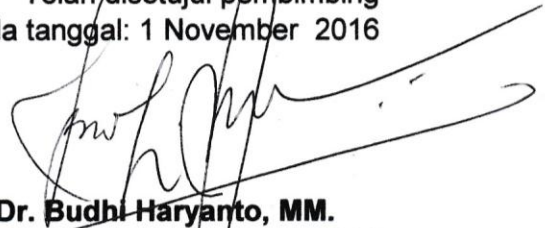
(Studi pada perilaku konsumen kosmetik Oriflame di Surakarta)

Disusun oleh:

Arsiska Putri Mursintaningsih

NIM. F1214013

Telah disetujui pembimbing
Pada tanggal: 1 November 2016



Dr. Budhi Haryanto, MM.
NIP. 19600904 198601 1 001

HALAMAN PENGESAHAN

PENGARUH SALES SKILL PADA KINERJA TENAGA PENJUALAN YANG DIMEDIASI OLEH KEPERCAYAAN KONSUMEN

(Studi pada Perilaku Konsumen Kosmetik Oriflame di Surakarta)

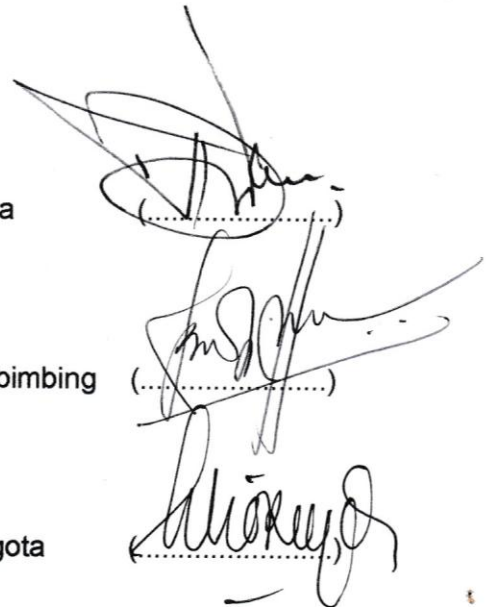
Atas nama mahasiswa : **Arsiska Putri Mursintaningsih (NIM. F1214013)**

Telah diterima dengan baik oleh Tim Penguji Skripsi Fakultas Ekonomi Universitas Sebelas Maret guna melengkapi tugas-tugas dan memenuhi syarat-syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen.

Surakarta, Desember 2016

Tim Penguji Skripsi

- | | |
|--|--------------------|
| 1. <u>Drs. Djoko Purwanto, M.B.A</u>
NIP.19590116 198503 1 0014 | Sebagai Ketua |
| 2. <u>Dr. Budhi Haryanto, MM</u>
NIP.19600904 198601 1 001 | Sebagai Pembimbing |
| 3. <u>Siti Khoiriyah, SE, M.Si</u>
NIP.19760206 200501 2 001 | Sebagai Anggota |



Disahkan oleh

Ketua Jurusan Manajemen



Reza Rahadian, SE, M.Si
NIP.19740609 200012 1 001

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret :

Nama : ARSISKA PUTRI MURSINTANINGSIH
NIM. : F1214013
Program Studi : MANAJEMEN

Judul Skripsi : PENGARUH SALES SKILL TERHADAP KINERJA
TENAGA PENJUALAN DENGAN KEPERCAYAAN
KONSUMEN SEBAGAI VARIABEL MEDIASI
(Studi pada konsumen kosmetik Oriflame di Surakarta)

Menyatakan dengan sebenarnya, bahwa Skripsi yang saya buat ini adalah benar-benar merupakan hasil karya sendiri dan bukan merupakan hasil jiplakan/salinan/sanduran dari karya orang lain.

Apabila ternyata dikemudian hari terbukti pernyataan ini tidak benar, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa penarikan Ijazah dan pencabutan gelar sarjananya.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya.

Surakarta, 18 Oktober 2016

Mahasiswa



ARSISKA PUTRI M.
NIM. F1214013

HALAMAN MOTTO

“Barang siapa mengetahui jauhnya perjalanan maka akan bersiap-siaplah ia”

(Pepatah)

Percayalah bahwa ketika kita berhasil mengalahkan rasa putus asa,
maka kita akan menikmati hasil yang luar biasa
yang Tuhan sudah sediakan.

“Hati yang gembira adalah obat yang manjur,
tetapi semangat yang patah mengeringkan tulang”
(Amsal 17:22)

Don't dream about your success. You have to work for it.

HALAMAN PERSEMBAHAN

Tuhan Yesus

Terimakasih telah memberikan kasih setia dan penyertaan-Nya dalam setiap usahaku dalam membahagiakan kedua orang tua ku

Skripsi ini kupersembahkan untuk:

Bp. Yusmanto, Ibu Endah, Mas Andhyka dan Mb Tantri

Yang selalu mendoakan dan memberikan dukungan dalam setiap usahaku

SAHABAT-SAHABATKU

Kak Ivanna, Reza, indri, Abdul, teman- teman Manajemen 2014, Keluarga Besar FEB dan semua sahabat yang tidak bisa disebutkan satu persatu terimakasih atas bantuan dan dukungannya selama ini kepada penulis

KATA PENGANTAR

Puji syukur penulis panjatkan kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih, karunia, dan penyertaan-Nya yang luar biasa, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi dengan judul “Pengaruh Sales Skill terhadap Kinerja Tenaga Penjualan dengan Kepercayaan Konsumen sebagai Variabel Mediasi (Studi pada Konsumen Kosmetik Oriflame di Surakarta)”, sebagai syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Jurusan Manajemen di Fakultas Ekonomi dan Bisnis, Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Persiapan, perencanaan dan pelaksanaan hingga terselesaikannya penyusunan skripsi merupakan tantangan tersendiri bagi penulis. Banyak kesulitan dan hambatan yang harus dilalui. Tetapi berkat arahan, bimbingan, dan bantuan dari berbagai pihak, maka akhirnya skripsi ini dapat terselesaikan. Maka, pada kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah memberikan dukungan, semangat, motivasi dan bantuan secara langsung maupun tidak langsung. Secara khusus, ucapan terima kasih penulis haturkan kepada:

1. Dr. Hunik Sri Runing S., M.Si, selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
2. Reza Rahardian, SE., M.Si, selaku Ketua Jurusan Manajemen Fakultas Ekonomi dan Bisnis Universitas Sebelas Maret Surakarta.
3. Dr. Budhi Haryanto, M.M., selaku dosen pembimbing skripsi yang telah memberikan bimbingan kepada penulis dalam penyusunan skripsi ini.
4. Heru Purnomo, S.E., M.M., selaku dosen pembimbing akademik yang selama ini telah memberikan bimbingan dan pengarahan.

3. Bapak dan Ibu yang selalu mendoakan terus menerus tanpa henti dan dukungan semangat yang selalu membuatku semangat untuk membuat kalian bahagia.
4. Teman-teman seperjuangan Manajemen UNS 2014 dan Manajemen A 2014 yang selalu berjuang bersama, saling *support* dan membantu untuk kesuksesan dan kebanggaan kita bersama.
5. Semua pihak yang telah membantu demi terselesaikannya skripsi ini.

Penulis menyadari bahwa penulisan skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, apabila ada kata yang tidak berkenan, penulis mohon maaf. Penulis juga mengharapkan atas kritik dan sarannya yang bersifat membangun dari semua pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi pembaca khususnya bagi penulis sendiri, Amin.

Penulis

Arsiska Putri M.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL.....	i
ABSTRAK.....	ii
ABSTRACT	iii
HALAMAN PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	iv
HALAMAN PENGESAHAN.....	v
HALAMAN PERNYATAAN SKRIPSI	vi
HALAMAN MOTTO	vii
HALAMAN PERSEMBAHAN	viii
KATA PENGANTAR	ix
DAFTAR ISI.....	xi
DAFTAR TABEL	xv
DAFTAR GAMBAR	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. LATAR BELAKANG	1
B. PERUMUSAN MASALAH	7
C. TUJUAN PENELITIAN	7
D. MANFAAT PENELITIAN	8
BAB II TINJAUAN PUSTAKA DAN PERUMUSAN HIPOTESIS.....	9
A. LANDASAN TEORI	9
1. PENGERTIAN ISU PENELITIAN.....	9
2. POSISI PENELITIAN.....	9
B. PENGERTIAN ISU UTAMA PENELITIAN	12
C. PEMBAHASAN TEORI DAN HIPOTESIS	14
D. MODEL PENELITIAN.....	21
BAB III METODE PENELITIAN.....	23
A. DESAIN PENELITIAN	23
B. TEKNIK PENGAMBILAN SAMPEL DAN TEKNIK PENGUMPULAN	24
C. DEFINISI OPERASIONAL DAN PENGUKURAN VARIABEL	25
D. METODE ANALISIS DATA.....	29

1. Analisis Deskriptif.....	29
2. Instrumen Penelitian	30
3. Sumber Data.....	30
4. Metode Pengumpulan Data.....	30
5. Skala Pengukuran.....	31
6. Pengujian Statistik.....	31
a. Uji Validitas	31
b. Uji Realibilitas.....	32
c. Analisis SEM.....	32
7. Uji Hipotesis.....	36
BAB IV ANALISIS DATA DAN PEMBAHASAN.....	37
A. ANALISIS DESKRIPTIF RESPONDEN	37
B. HASIL Uji HIPOTESIS.....	40
1. Analisis Instrumen Penelitian	
a) Uji Validitas.....	40
b) Uji Realibilitas	41
2. Analisis Data Penelitian	
a. Asumsi Model	
1) Uji Normalitas.....	43
2) Uji Outlier	44
3) Analisis Kesesuaian Model (Goodnes-of-fit).....	45
3. Uji Hipotesis dan Pembahasan	46
a. Uji Hipotesis	46
b. Pembahasan.....	47
C. ANALISIS MEDIASI	54
BAB V PENUTUP	61
A. Kesimpulan.....	61
B. Keterbatasan Penelitian.....	63
C. Implikasi.....	63
DAFTAR PUSTAKA.....	66
LAMPIRAN	72

DAFTAR TABEL

Tabel II.1. Kajian Studi Terdahulu...	10
Tabel III.1. Indeks <i>Goodness of Fit Model</i>	36
Tabel IV.1.Data Deskripsi Responden	38
Tabel IV.2. Hasil Uji Validitas	41
Tabel IV.3. Hasil Uji Realibilitas.....	42
Tabel IV.4. Hasil Uji Normalitas	43
Tabel IV.5. Hasil Pengujian Outlier	45
Tabel IV.6. Evaluasi <i>Goodness of Fit Indices</i>	45
Tabel IV.7. <i>Regression Weights</i>	46
Tabel IV.8. Ringkasan Hasil Pengujian Hipotesis.....	47
Tabel IV.9. Analisis Mediasi	55

DAFTAR GAMBAR

Gambar II.1 Kerangka Penelitian.....	21
Gambar IV.1 <i>Fully Mediated Fit Model</i>	57
Gambar IV.2 <i>Partially Mediated Fit Model</i>	58
Gambar IV.3 <i>Direct effect Model</i>	59

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1. KUESIONER	73
LAMPIRAN 2. DATA MENTAH PENELITIAN.....	76
LAMPIRAN 3. DATA DESKRIPSI RESPONDEN	84
LAMPIRAN 4. UJI VALIDITAS	86
LAMPIRAN 5. UJI RELIABILITAS	87
LAMPIRAN 6. HASIL SEM	90